

Sílvia Góis Dantas
Universidade Tiradentes

Julio Cesar Fernandes
Faculdade Cásper Líbero

**Figurinha repetida não
completa álbum, mas recria
memória: uma aproximação
com o Livro Ilustrado “50
Anos de Novelas” da TV Globo**

**Repeated sticker does not
complete collection, but
recreates memory: an
approximation with the
Illustrated Book “50 Years of
Novelas” of TV Globo**

**Pegatina repetida no
completa álbum, pero recrea
la memoria: un enfoque para
el libro de imágenes “50 años
de la telenovela” TV Globo**

RESUMO

Tendo como premissa a importância da televisão na contemporaneidade, este artigo aborda a contribuição das telenovelas brasileiras na formação da memória coletiva, tendo como objeto empírico o *Livro Ilustrado 50 Anos de Novelas*, álbum de figurinhas lançado por ocasião do cinquentenário da TV Globo. Trata-se, de um estudo de caso que mostra como o álbum alimenta um novo processo de reconstrução da memória, ao permitir que pessoas troquem figurinhas entre si, possibilitando uma nova criação de vínculos e interações. Para o estudo, será utilizado um referencial teórico amparado nos estudos de Baccega (1997), Borelli (2001), Lopes (2009), Machado (2014), Martín-Barbero (2004), entre outros. Palavras-chave: telenovela; TV Globo 50 anos; livro ilustrado; memória.

ABSTRACT

Based on the premise of the importance of television in current days, this paper analyzes the contribution of Brazilian telenovelas in the formation of collective memory, from the empirical object, the *Illustrated Book 50 Years of Novelas*, album of sticker collection launched on the occasion of the 50th year anniversary of TV Globo. It's a case study that shows how the album produces a new process of memory reconstruction, allowing people to exchange cards among themselves, by a new creation of links and interactions. The theoretical framework is supported by the studies of authors like Baccega (1997), Borelli (2001), Lopes (2009), Machado (2014) and Martín-Barbero (2004).

Keywords: telenovela; TV Globo 50 years; sticker collection; memory.

RESUMEN

Basado en la premisa de la importancia de la televisión en los días actuales, este trabajo analiza la contribución de las telenovelas brasileñas en la formación de la memoria colectiva, con el objeto empírico el *Libro Ilustrado 50 Años de Novelas*, álbum de colección de pegatinas lanzado en conmemoración de los 50 años de TV Globo. Se trata de un estudio de caso que muestra cómo el álbum alimenta un nuevo proceso de reconstrucción de la memoria, permitiendo que las personas negocien las etiquetas engomadas entre sí, lo que permite crear nuevos enlaces e interacciones. El referencial teórico se ampara en los estudios de Baccega (1997), Borelli (2001), Lopes (2009), Machado (2014), Martín-Barbero (2004), entre otros. Palabras clave: telenovela; TV Globo 50 años; libro ilustrado; memoria.

* Versão preliminar desse trabalho foi apresentada no Congresso Internacional Comunicação e Consumo (Comunicon) realizado em outubro de 2015, na cidade de São Paulo.

Submissão: 13-4-2017

Decisão editorial: 22-11-2018

Introdução

“Tô certo ou tô errado?!”. Esse bordão, imortalizado na personagem Sinhozinho Malta, vivida por Lima Duarte na telenovela *Roque Santeiro* (1985-1986), foi repetido em ambientes de norte a sul do Brasil, principalmente durante a exibição dos capítulos da novela, mas também pelas várias gerações que assistiram depois à produção ou que se familiarizaram com a linguagem da telenovela e suas personagens. Para as gerações que cresceram acompanhando as novelas, mesmo em um tempo em que não havia uma disseminação tão ampla e rápida como a que acontece hoje por conta das redes sociais, diversas produções também causaram grande efeito. Exemplo disso foram as novelas *A Próxima Vítima* (1995) e a hoje considerada clássica *Vale Tudo* (1988), nas quais a curiosidade por descobrir quem eram os assassinos movimentou discussões por todo o país. “Quem matou Odete Roitman?” foi uma pergunta recorrente que até hoje é lembrada até mesmo por quem não acompanhava a telenovela com frequência. Mais recentemente, *Avenida Brasil* (TV Globo, 2012) também gerou grande comoção no país e chegou a motivar o adiamento de comício da então candidata à presidência Dilma Rousseff, fato bastante comentado pela imprensa.

O transbordamento de temas oriundos da ficção televisiva brasileira para o cotidiano das pessoas evidencia a penetração da televisão e a permanência da relevância desse meio no cenário do país. Isso reforça que "a capacidade da televisão de conectar dimensões temporais de presente, passado e futuro por meio da comemoração e da construção de uma memória coletiva (...) provoca, mesmo que de forma elementar, um sentido de pertencimento" (LOPES, 2004, p. 135).

Desse modo, o objetivo deste texto volta-se à questão da contribuição das telenovelas brasileiras para a formação da memória coletiva. Mais especificamente, enfoca ele apresenta como objeto de estudo o *Livro Ilustrado 50 Anos de Novelas*, lançado por ocasião do cinquentenário da TV Globo.

A televisão: lugar ainda estratégico

Em tempos de redes sociais e de debates acerca da baixa audiência de telenovelas e da fragmentação do público, muitos anunciam que o fim da televisão está próximo. No entanto, apesar da indiscutível mudança de cenário que se deu com a proliferação dos *smartphones* e os novos hábitos de assistir a conteúdo audiovisual, a penetração da televisão e a sua força cultural no Brasil permanecem fortes¹.

Sem adentrar mais nessa discussão, a fundamentação deste artigo é baseada nos estudos de Jesús Martín-Barbero (2004), diante do qual se assume como ponto de partida a centralidade da comunicação na contemporaneidade, quando "as mídias passa-

¹ A produção para televisão continua forte. O que mudou bastante foi a possibilidades de assistir aos conteúdos na segunda tela, isto é, em dispositivos móveis como notebooks, tablets, celulares, etc. Cf. Lopes e Mungiolli, 2013.

ram a constituir um espaço-chave de condensação e interseção da produção e do consumo cultural, ao mesmo tempo em que catalisam hoje algumas das mais intensas redes de poder” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 229). Mais do que isso, é preciso ter em mente a importância desse meio de comunicação, em virtude do “lugar estratégico que a televisão ocupa nas dinâmicas da cultura cotidiana das majorias, na transformação das sensibilidades, nos modos de construir imaginários e identidades” (idem, 2004, p. 27).

No Brasil, os estudos de televisão demoraram a alcançar legitimidade, em virtude de um certo descrédito associado à mídia de massa e à hierarquia entre alta e baixa cultura. Nesse sentido,

(...) de fato, não soa muito inteligente dizer-se apaixonado pela televisão. Se a confissão de amor pela literatura ou por quaisquer outras formas sofisticadas de arte funciona como demonstração (às vezes também uma impostação) de educação, refinamento e elevação do espírito, a paixão pela televisão é, em geral, interpretada como sintoma de ignorância, quando não de desequilíbrio mental (MACHADO, 2014, p. 9).

Para o autor, é fundamental reconsiderar a função da TV na formação cultural, visto que a produção televisiva “pode exprimir a seus contemporâneos os seus próprios anseios e dúvidas, as suas crenças e desencrenças, as suas inquietações, as suas descobertas e os voos da sua imaginação” (MACHADO, 2014, p. 11).

Essa desconfiança com a televisão como área de investigação torna-se ainda maior quando se considera a telenovela, tema que levou aproximadamente três décadas para ser legitimado pelo campo de estudos da Comunicação, conforme salienta Silvia Borelli (2001). Uma das pioneiras nesse campo de estudos,

Maria Aparecida Baccega (1997, p. 4) ressalta esse atraso com propriedade:

No caso da ficção televisiva registra-se uma defasagem de várias décadas entre a sua consolidação e as pesquisas acadêmicas. O rótulo de entretenimento alienante encobre uma realidade que se quer ignorar embora de forma direta e indireta envolva a sociedade como um todo. Focalizando-a em suas tramas, propondo uma visão de mundo que entra em interação com a visão do telespectador, confirmando, negando ou instaurando o conflito entre essas visões, toda uma rede de temas e significados se articula, operando a superação da dicotomia emissão/recepção e indo inserir-se no cotidiano social de todo cidadão, independentemente de sua vontade.

Apesar dos empecilhos, o campo de estudos da ficção seriada brasileira, incluindo as telenovelas, consideradas o principal produto da teleficção nacional, paulatinamente foi consolidado a partir do trabalho incansável de pesquisadores – dentre os quais se destacam os supracitados – e da legitimação por meio das pesquisas que focaram em vários aspectos das ficções televisuais, como a produção, a recepção ou o discurso. Para isso, o Grupo de Pesquisa de Ficção Seriada do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) se constituiu como lócus de divulgação e congregação desses pesquisadores².

² Vale ressaltar que o Grupo de Pesquisa Ficção Seriada foi criado em 1993 no Congresso da Intercom, originalmente como GT de Telenovela, e consolidou-se ao longo de mais de duas décadas. Ver: Mungiolli et al, 2014.

Telenovela e memória

Derivada do folhetim e da rádio novela, a telenovela é considerada por Martín-Barbero (2004, p. 171) a melhor expressão da modernidade latino-americana.

(...) dos gêneros que fazem o tecido, o texto da televisão, em nenhum é tão visível a trama da modernidade e anacronia como na telenovela, essa modalidade latino-americana de melodrama na qual se resolvem e mestiçam a narrativa popular e a serialidade televisiva.

Nacionalmente, Borelli (2001) registra que hoje esse produto é constitutivo da cultura brasileira e latino-americana, diferenciando-se por conta de suas especificidades, dentre as quais a comicidade se destaca.

As telenovelas foram se transformando ao longo de meio século no Brasil. Focando especificamente a TV Globo, é importante ressaltar que a sua dramaturgia estreou junto com sua criação. A primeira novela na emissora foi *Ilusões Perdidas*, de 1965, escrita por Enia Petri. Os primeiros anos tiveram como destaque tramas cujos enredos não se identificavam com a realidade nacional, como é o caso de *O Sheik de Agadir*, de 1966. Escrita por Gloria Magadan, autora representante dessa primeira fase das telenovelas na emissora, a história se passava no deserto do Saara e trazia personagens com nomes exóticos aos olhos brasileiros, como Omar Ben Nazir, Janette Legrand e Maurice Dumont.

O ano de 1968 foi um marco na história da teledramaturgia nacional com a telenovela *Beto Rockfeller* (TV Tupi), que incorporou à narrativa características e linguagens mais reais do brasileiro, razão pela qual inaugurou uma nova fase. Como consequência, a partir de 1969, um novo conceito de teledramaturgia

surgiu na TV Globo com a estreia de *Véu de Noiva* (1969), escrita por Janete Clair.

A década de 1970 solidificou a TV Globo como a principal emissora do gênero novela. Além de Janete Clair, autores experientes, como Dias Gomes, e novatos, como Gilberto Braga, emplacaram diversos sucessos. *Irmãos Coragem* (1970), *O Bem-Amado* (1973) e *Dancin Days* (1978) são alguns exemplos.

Já nos anos 1980, a emissora, já consolidada, ousou mais ainda ao criar novos gêneros dentro da teledramaturgia como as minisséries, com menor número de capítulos, e séries de antologia que tinham uma nova história a cada novo episódio. Entretanto, as novelas continuaram a fazer sucesso, como *Roque Santeiro* (1985), *Vale Tudo* (1988) e *Que Rei Sou Eu?* (1989).

A década de 1990 foi marcada por *remakes* de sucessos antigos da televisão brasileira como *Mulheres de Areia* (1993) e *A Viagem* (1994), ambas originalmente escritas por Ivani Ribeiro para a TV Tupi, na década de 1970. Além disso, as tramas rurais de Benedito Ruy Barbosa, *Renascer* (1993), *O Rei do Gado* (1996) e *Terra Nostra* (1999), obtiveram grande repercussão junto ao público.

Com a virada de século, a TV Globo continuou a produzir novelas de qualidade, algumas premiadas internacionalmente, como é o caso de *Caminho das Índias* (2009), de Glória Perez, e *Lado a Lado* (2012), de João Ximenes Braga e Cláudia Lage. Ambas receberam o Emmy, prêmio norte-americano de televisão, como melhor novela. Outro campo de destaque das novelas na emissora é a exportação: *Avenida Brasil* (2012), de João Emmanuel Carneiro, foi vendida para

mais de 130 países, um recorde que demonstrou o êxito dessas tramas em outros países.

Sucesso junto à crítica e também junto ao público, as novelas da TV Globo retrataram muitas vezes a situação social e política do país, além de ditar moda e pautar discussões entre os brasileiros. Maria Immacolata Vassalo de Lopes (2009) registra que, devido à sua importância cultural, a telenovela pode ser considerada um “recurso comunicativo”. Isso implica dizer que:

Identificá-la como narrativa na qual se conjugam ações pedagógicas tanto implícitas quanto deliberadas que passam a institucionalizar-se em políticas de comunicação e cultura no país. Em outros termos, é reconhecer a telenovela como componente de políticas de comunicação/cultura que perseguem o desenvolvimento da cidadania e dos direitos humanos na sociedade (LOPES, 2009, p. 32).

A autora registra que a novela televisiva transcendeu a dimensão de mero entretenimento, transformando-se em “uma experiência, ao mesmo tempo, cultural, estética e social” (LOPES, 2014, p. 4). Na medida em que a telenovela traz discussões e põe temas em visibilidade, ela contribui ainda para uma comunidade de receptores, que conversam em família, entre amigos ou nos mais variados espaços de sociabilidade a respeito do que assistem na ficção. Contribui para isso também a própria dinâmica da TV Globo, que apresenta atores e atrizes em programas da emissora e mantém o *Vídeo Show*, revista eletrônica criada em 1983, que repercute os acontecimentos das novelas e outras produções, em uma espécie de metalinguagem.

Com isso, observamos a formação de um repertório compartilhado a partir das novelas. Bordões, gírias e acontecimentos dos personagens conquistam mais espaço dentro da programação e rompem as fronteiras da tela, uma vez que ganham as ruas por meio dos comentários do público, principalmente em tempos de redes sociais e maior facilidade de comunicação.

Afirma-se, dentro desta tendência, o pressuposto da existência de um repertório compartilhado, em que produtores, narrativas e receptores – situados em diferentes posições de classe social, gênero, geração, etnia e formas de subjetivação – encontram-se articulados, conflituosamente, numa cadeia de mediações que não diluem em hierarquias, mas também não excluem nenhum de seus elementos da composição dessa totalidade (BORELLI, 2001, p. 35).

Com o passar dos anos, esse território compartilhado passa a fazer parte da memória de tal forma que “o que pareceria ser da competência do efêmero é armazenado pela memória dos indivíduos e acaba por tomar lugar ao lado das emissões arquivadas” (JOST, 2007, p. 36). Esse autor ainda destaca que as produções televisuais da infância muitas vezes são lembradas com nostalgia, contribuindo para a formação da memória comum de uma geração (JOST, 2007).

Em 2013, a relação da memória com a ficção televisiva foi tema de pesquisa do anuário do Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva (OBITEL)³, grupo de trabalho que investiga temas emergentes

³ Em 2015, faziam parte do grupo 12 países ibero-americanos (Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Espanha, Estados Unidos (comunidade hispânica), México, Peru, Portugal, Uruguai e Venezuela).

da ficção televisiva e efetua o monitoramento e análise da ficção televisiva exibida em televisão aberta ao longo do ano. Com o tema *Memória social e ficção televisiva em países ibero-americanos*, Lopes e Mungiolli (2013, p. 160), analisando o cenário brasileiro, concluem que:

As lembranças fazem parte de um arquivo ao mesmo tempo pessoal e coletivo, e como tal são retratadas e reproduzidas pela mídia a fim de eternizá-las. Assim, além dos fatos históricos, documentais e das práticas culturais cotidianas, a memória pode surgir ou ser reativada pela televisão que, por participar ativamente do processo de construção e resgate de um momento específico, gera uma relação emocional e afetiva muito mais intensa. Essa afetividade, no caso da televisão, adquire proporções coletivas.

No caso deste artigo, a memória afetiva do público é acessada por meio de produções da TV Globo, assim como pelo *Livro Ilustrado 50 Anos de Novelas*, nosso objeto de estudo⁴.

Formação da memória na Rede Globo

A TV Globo entrou no ar pela primeira vez em 26 de abril de 1965, quase 15 anos após a inauguração oficial da televisão no Brasil, em 1950. Nos primeiros anos, sua programação era popular e contava com programas de auditório de Chacrinha, Dercy Gonçalves, Silvio Santos e Jacinto Figueira Júnior, também conhecido como o “homem do sapato branco”.

Ao longo da sua atividade, a emissora implementou um padrão de qualidade em seus programas,

⁴ Em razão da limitação de páginas, este trabalho não se aprofundará na fundamentação teórica sobre as questões de memória, focando na relação entre memória e televisão.

permeando diferentes gêneros, inclusive a teledramaturgia. Equipes de produção, direção e elencos passaram a trabalhar em um processo quase industrial, com determinadas normas estéticas a serem seguidas. Além disso, foi efetuada uma divisão temática dos horários nas telenovelas: às 18h, histórias adaptadas da literatura; 19h com tramas leves e geralmente voltadas para a comédia; às 20h (atualmente 21h) histórias adultas; e, por fim, às 22h (atualmente 23h) apresentaria tramas experimentais.

Em 1980, a TV Globo criou uma faixa de horário exclusiva para reprises de telenovelas da emissora, com o bloco *Vale a Pena Ver de Novo*. Até julho de 2015 foram reprisados 82 produtos diferentes, incluindo o programa interativo *Você Decide*⁵. “O critério de escolha das telenovelas a serem reexibidas é variado, visto que se incluíram tanto as novelas apresentadas há mais de 20 anos como algumas com menos de cinco de sua exibição original” (FERNANDES, 2014, p. 66). É importante ter em vista que mesmo antes do *Vale a Pena Ver de Novo*, a TV Globo já reprisava suas novelas, mas não havia uma faixa exclusiva para isso. Mesmo depois de 35 anos, *Vale a Pena Ver de Novo* continua a atingir bons índices de audiência. Em julho de 2015, na reta final da reprise da novela *O Rei do Gado*, a trama registrou 21,9 pontos, segundo o Ibope. Esse número permaneceu um recorde de audiência nos últimos quatro anos da faixa (CASTRO, 2015, online). Desde então, a reprise de *Cheias de Charme*, exibida de setembro de 2016 a março de 2017, foi que mais se aproximou de tal desempenho,

⁵ “Durante três semanas de 2001, o formato foi testado com a apresentação de Susana Werner e com uma novidade em relação à versão original: a possibilidade de assistir à opção não escolhida pela internet” (FERNANDES, GONÇALVES, 2013, p. 5).

obtendo uma média geral de 17 pontos de Ibope na Grande São Paulo (VAQUER, 2017).

E as ações com o acervo da TV Globo não ocorrem somente na TV aberta. Em 2010, a programadora de TV por assinatura Globosat, que pertence ao mesmo grupo de empresas da TV Globo, criou o Canal Viva:

Primeiro projeto audacioso da Globosat em relação à transmissão de memória televisiva *broadcasting*, em que o material de arquivo se tornou matéria-prima nas principais faixas de horário do canal. (...) Os programas de arquivo da TV Globo ocupam grande parte da grade de programação do Canal Viva, principalmente a teledramaturgia. Quando o canal estreou, duas novelas foram escolhidas para representar o gênero (...). Além disso, o canal dedicou o horário das 23h45 para minisséries da TV Globo. (...) O seriado *Mulher*, estrelado por Eva Wilma e Patrícia Pillar, também estava na grade original do canal (FERNANDES, 2014, p. 120).

O primeiro grande sucesso do canal foi a apresentação da novela *Vale Tudo*. Com a inauguração de uma nova faixa de horário para telenovelas, à meia-noite, o canal encontrou um novo nicho de telespectadores, carentes de teledramaturgia no período da madrugada⁶.

⁶ “Em outubro de 2010, o Canal Viva inaugurou mais uma faixa de horário de telenovelas e passou a exibir às 0h45 a telenovela *Vale Tudo* (...). Diferente dos outros horários, a novela era exibida de forma inédita no período noturno e o horário alternativo era o do meio-dia do dia seguinte. A novela exibida na faixa da meia-noite passou a ser o carro-chefe do Canal Viva. Em dezembro de 2011, o Canal Viva percebeu o sucesso do horário da madrugada e decidiu criar um horário alternativo também para as duas telenovelas da faixa vespertina, logo após a exibição do capítulo inédito da novela da faixa da meia-noite. Os capítulos das novelas exibidas às 15h30 e às 16h30 eram reapresentados na madrugada seguinte, às 1h15 e às 2h15” (FERNANDES, 2014, p. 124).

Além das reprises e do lançamento do Canal Viva, cabe registrar a preocupação de longa data com a memória da emissora, materializada de forma mais substancial na criação do Memória Globo:

A TV Globo investe na preservação de sua memória há muitos anos e como consequência desse trabalho, criou o Memória Globo, (...) um departamento cujo objetivo é fazer um levantamento histórico das produções da emissora. Este trabalho é feito por meio de entrevistas com colaboradores da emissora e pesquisa de materiais de arquivo. Desde sua criação, foram publicados seis livros e foi lançado um portal na internet, com informações detalhadas da emissora desde sua criação (FERNANDES, 2014, p. 94).

Dessa maneira, com faixa de horário e até mesmo um canal do grupo reexibindo programas do acervo da emissora, além de um departamento específico, a TV Globo se firmou como a principal emissora do país ao preservar a própria memória e, consequentemente, a memória da sociedade brasileira, já que não há um museu da televisão que abarque a produção e história de todas as emissoras brasileiras.

Cinquentenário da TV Globo

Em 2015, ano do cinquentenário da TV Globo, a emissora preparou uma série de comemorações para a data. A campanha institucional com o *slogan* "Globo, há 50 anos, o futuro é todo dia" foi lançada em oito de março de 2015, exatamente 50 dias antes do seu aniversário, com ações como filmes e vinhetas na programação, além de peças publicitárias em meios impressos e digitais (GLOBO, 2015, *online*).

O objetivo da campanha, como descrito no *slogan*, é focar no futuro da empresa tendo como base

a memória afetiva do público em relação à emissora e aos seus programas, conforme aponta Sergio Valente (*apud* GLOBO, 2015, *online*):

Para celebrar este marco histórico da empresa, valorizamos o nosso passado olhando para o que vem depois de hoje. Propomos o resgate da memória afetiva de milhares de brasileiros, que têm uma identificação singular com a nossa marca e com as nossas histórias, com a única certeza que temos sobre o futuro: seja como for, ou onde for, continuaremos a emocionar, a divertir, a informar o nosso público.

Antes do lançamento da campanha, no dia seis de janeiro de 2015, estreou a faixa de reprises *Luz, Câmera 50 Anos*. De terça a sexta-feira, durante três semanas, foram exibidos doze telefilmes⁷ de minisséries, séries e seriados da TV Globo.

A seleção de imagens, edição e ajustes para a realização dos filmes durou cerca de nove meses. Como as séries têm entre 4 a 20 capítulos, o trabalho desenvolvido pela equipe de edição priorizou a manutenção da trama central para que fosse ressaltada em filmes com duração de 80 a 130 minutos (VEM_AÍ, *online*).

A partir de abril de 2015, na semana do aniversário de 50 anos da TV Globo, uma segunda temporada de *Luz, Câmera 50 Anos* foi ao ar. Dessa vez, os telefilmes foram divididos em duas partes exibidas às

⁷ Os doze telefilmes exibidos na primeira temporada de *Luz, Câmera 50 Anos* foram: *O Canto da Sereia* (2013); *O Pagador de Promessas* (1988); *Força-Tarefa* (2009); *Maysa- Quando Fala o Coração* (2009); *A Teia* (2014); *Ó Paí, Ó* (2008); *Dalva & Herivelto* (2010); *Presença de Anita* (2001); *As Noivas de Copacabana* (1992); *Dercy de Verdade* (2012); *Lampião e Maria Bonita* (1982) e *Anos Dourados* (1986).

terças e quintas-feiras. Ao todo, foram sete⁸ peças dramatúrgicas reprisadas, em formato compacto. Além do festival, a TV Globo apresentou um show⁹ para comemorar o aniversário, com números musicais e a presença do elenco da emissora, contando a história nas áreas de jornalismo, esporte, teledramaturgia, humor e entretenimento.

Mas não só a TV Globo criou ações para comemorar seu cinquentenário. Outras emissoras também destacaram o aniversário da concorrente, como foi o caso do SBT, TV Gazeta e TV Bandeirantes¹⁰. Além das homenagens das emissoras, os 50 anos da TV Globo foram destaque na imprensa em geral do país; jornais, revistas, portais e *blogs* noticiaram e repercutiram a trajetória do canal e sua influência no cotidiano dos brasileiros.

O Livro Ilustrado 50 Anos de Novelas

Dentre as comemorações dos 50 anos da TV Globo, o lançamento do *Livro Ilustrado 50 Anos de Novelas* destaca-se pelo alcance e repercussão. Tal

⁸ Na segunda temporada de *Luz, Câmera 50 Anos* foram exibidos: *Amores Roubados* (2014); *Carga Pesada* (2003); *A Cura* (2010); *Dona Flor e Seus Dois Maridos* (1998); *Suburbia* (2012); *A Mulher Invisível* (2011) e *Hoje é Dia de Maria* (2005).

⁹ O show foi exibido às 22h15 do dia 25 de abril de 2015, dois dias após ser gravado no estádio Maracanãzinho, na cidade do Rio Janeiro.

¹⁰ O SBT anunciou na Revista Meio & Mensagem na semana que a TV Globo completou 50 anos, parabenizando a concorrente. A TV Gazeta fez uma postagem em sua conta na rede social Facebook, com a foto do apresentador Ronnie Von segurando o anúncio do SBT, seguido de uma mensagem. Já a TV Bandeirantes fez uma reportagem especial no seu principal telejornal, o Jornal da Band, no dia 27 de abril de 2015, com o argumento de que a emissora "se tornou referência para o mercado publicitário" (EMISSORAS, 2015, *online*).

estratégia reforça a ligação do consumidor com a marca de forma simbólica, por meio dos personagens, dos afetos criados, das memórias que são retomadas por meio das ficções apresentadas. Com isso, estabelecem-se “possibilidades diferentes de construção simbólica, recorrendo a afetos, experiências e memórias, a fim de criar pontos de contato com o consumidor, reforçando o território da marca” (QUESSADA, 2003).

Ao longo de 80 páginas, os colecionadores poderiam colar 480 cromos (como são chamadas as populares figurinhas), com imagens de novelas da TV Globo. A capa do álbum trazia uma montagem de fotos de atores novatos que fazem parte do elenco da emissora, entre eles Bruna Marquezine, Sophie Charlotte, Chay Suede, Nathália Dill, Isis Valverde, Bruno Gissoni e Marina Ruy Barbosa. Ao centro, há uma foto de um dos casais, na ficção e na vida real, mais emblemáticos das novelas brasileiras: Glória Menezes e Tarcísio Meira. Na contracapa, além de logotipos e algumas cenas, estão dispostas fotos de mais atores jovens, escolha que vai ao encontro do *slogan* comemorativo do cinquentenário da emissora: “Globo, há 50 anos, o futuro é todo dia”.

Além do espaço para as figurinhas, há textos em cada uma das sessões do álbum. São elas: “Bem-vindo”; “As novelas da Globo na linha do tempo”; “As grandes histórias”; “Grandes coberturas”; “Grandes personagens”; “Casais”; “Vilões e vilãs”; “50 grandes momentos”; “Barracos”; “Bordões”; “Lançando moda”; “Causas sociais”; “Novelas para o mundo”; “Fazendo história”; “Finais inesquecíveis”; “Um Brasil de novelas contadas em muitas figurinhas”, e uma sessão com uma crônica de Mauro Alencar, especialista em teledramaturgia. Pode-se considerar, dessa forma,

que o álbum serviria como uma minieniclopédia devido às informações sobre as produções ficcionais, tornando-se objeto de colecionador e de interesse para curiosos pelo tema¹¹.

As figurinhas estampam cenas de novelas, logotipos e também parte do elenco da TV Globo. Em uma ação de divulgação do álbum, alguns cromos foram autografados pelos atores e atrizes que ilustram suas respectivas cenas. Três mil figurinhas autografadas foram distribuídas em envelopes aleatórios.

A editora Panini, responsável pelo *Livro Ilustrado 50 Anos de Novelas*, faz parte de uma rede multinacional com tradição na publicação de álbuns de figurinhas no Brasil desde o fim da década de 1980.

Segundo Nilson Xavier (2015, *online*) desde a década de 1960 há álbuns com temas de novelas, como os das tramas *Irmãos Coragem*, *Selva de Pedra*, *Pecado Capital*, *Roque Santeiro* e *Vamp*. Bem antes do *Livro Ilustrado 50 Anos de Novelas* em comemoração a um aniversário da emissora, a TV Globo já havia criado algo parecido:

Em 1980, nas comemorações dos 15 anos da [TV] Globo, a emissora lançou o álbum **Galeria dos Personagens da TV**. (...) Além de novelas e do elenco da Globo, o álbum também trazia cromos relacionados aos programas jornalísticos, musicais e de humor e variedades da emissora.

Mais recentemente, outras novelas que foram temas de álbuns foram *O Beijo do Vampiro* e *Da Cor*

¹¹ Foram lançadas também duas versões do álbum: uma com acabamento em capa dura e outra em capa cartão, ideais para colecionadores e interessados na história da teledramaturgia.

do *Pecado*, ambos com figurinhas que vinham na embalagem de chicletes.

Como em qualquer álbum de figurinhas, o público deveria comprar os pacotes em bancas de revistas. Nesse caso, cada embalagem trazia cinco figurinhas. A dinâmica da diversão ocorre porque muitas vezes os cromos vêm repetidos e é preciso comprar outros pacotes ou trocar figurinhas com outra pessoa que também tenha cromos repetidos. A troca de figurinhas pode ser vista como um modo de sociabilidade, pelo qual os colecionadores interagem e constroem vínculos por meio do compartilhamento de cromos e memórias, ligadas às histórias ilustradas ou ao momento em que a ficção se passava. No ato de trocar de figurinhas, amizades se formam e novas memórias se estabelecem.

A telenovela, com seus enredos, imagens e sons, nos transporta a um universo que é ao mesmo tempo ficção e espelho da realidade, em uma espécie de jogo subjetivo, possibilitando aos telespectadores diferentes experiências a partir de suas tramas ficcionais. Muito além de apenas entreter, elas trabalham tanto no imaginário coletivo quanto nas memórias históricas e afetivas (LOPES, 2014, p. 8).

Com a facilidade da internet, foram criados grupos em redes sociais como o Facebook para simplificar a troca entre os colecionadores. Também foi organizado um encontro semanal na cidade de São Paulo em um bar na região da Av. Paulista, no qual se percebe o alcance da troca de figurinhas e a presença de pessoas de diferentes faixas etárias e perfis. Para animar, há ainda participação de DJs que trazem trilha sonora de diversas novelas, fazendo o público voltar no tempo para época das produções.

Dessa forma, “o papel da memória na ficção televisiva brasileira pode ser explicado a partir do signo do reativamento das memórias sociais e afetivas” (LOPES, MUNGIOLI, 2013, p. 159). Por meio do consumo dos cromos e da troca com amigos antigos e novos com a ajuda das redes sociais, em bares e outros locais, são construídas novas memórias ao tempo em que se fortalece a conexão da marca Globo por meio dos afetos.

Considerações finais

O *Livro Ilustrado 50 Anos de Novelas*, parte integrante das comemorações do cinquentenário da TV Globo, apresenta como tema principal um dos gêneros televisivos de maior relevância no país. Com o passar dos anos, esse gênero se consolidou e as tramas passaram a refletir o cotidiano dos brasileiros. Ao mesmo tempo, o público pontua suas atitudes de acordo com o que é visto nas telas. Ou seja, é criada uma espécie de retroalimentação constante.

Ao permitir o acesso a produções do passado tanto para as pessoas que assistiram na época, como para as novas gerações, a materialidade do álbum proporciona ao público a (re)apropriação cultural e simbólica do percurso histórico das telenovelas. O rico registro em imagem e os resumos das narrativas das produções também são relevantes como itens de pesquisa para os interessados na história das telenovelas e nos temas trabalhados pela televisão em cada período.

Ao mesmo tempo em que contribui para construir significados para o território da marca (QUESSADA, 2003), o *Livro Ilustrado 50 Anos de Novelas* proporciona um resgate de memórias afetivas e a formação

de novas memórias por meio da troca de figurinhas e da interação entre colecionadores. Conforme diz o ditado popular, “figurinha repetida não completa álbum”, mas nesse caso é possível afirmar que há uma recriação da memória por meio da sociabilidade e da afetividade inerente a essa ação.

Referências

ALENCAR, M. **Livro Ilustrado Oficial 50 anos de novelas**. São Paulo: Panini, 2015.

BACCEGA, M. A. (org.). **Catálogo do Grupo de Pesquisa de Trabalho Ficção Televisiva Seriada**: cinco anos de produção de textos críticos (1993/1997). SP: Grupo de Pesquisa Ficção e Realidade: a telenovela no Brasil; o Brasil na telenovela; Núcleo de Pesquisa de Telenovela: INTERCOM, 1997. 96p.

BORELLI, S. H. S. Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas. **São Paulo em perspectiva**, v. 15, n. 3, 2001. (p. 29-36)

FERNANDES, J. C. **A memória televisiva como produto cultural**: um estudo de caso das telenovelas do Canal Viva. Jundiá: Ed. In House, 2014.

FERNANDES, J.; GONÇALVES, E. Vale a Pena Ver de Novo?: um panorama temático. In: 9º Encontro Nacional de História da Mídia, 2013, Ouro Preto. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audio-visual-e-visual/vale-a-pena-ver-de-novo-um-panorama-tematico> >. Acesso em: 7 jul. 2015.

LOPES, M. I. V. de; MUNGIOLI, M. C. P. Brasil: a telenovela como fenômeno midiático. In: LOPES, M. I. V. de; GÓMEZ, G. O. (coord.) **Memória social e ficção televisiva em países ibero-americanos**: anuário Obitel 2013. Porto Alegre: Sulina, 2013.

LOPES, M. I. V. de. Telenovela como recurso comunicativo. **MATRIZES**, v. 3, n. 1, ago./dez. 2009. p. 21-47.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. 6. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2014.

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo**: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola, 2004.

MUNGIOLI, M. C. P.; OROFINO, M. I.; DANTAS, S. G. D. GP Ficção Seriada: um relato sobre seus 21 anos, ou a maioria de um objeto apaixonante. In:

MORAIS, O. J. de. (org.). **Ciências da comunicação em processo**: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI: conhecimento, leituras e práticas contemporâneas. São Paulo: INTERCOM, 2014.

QUESSADA, D. **O poder da publicidade na sociedade consumida pelas marcas**: como a globalização impõe produtos, sonhos e ilusões. São Paulo: Futura, 2003.

Outras referências

CASTRO, D. O Rei do Gado bate recorde e fica a apenas 2 pontos do Jornal Nacional. Notícias da TV, 22 de jul. 2015. Disponível em: < <http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/rei-do-gado-bate-recorde-e-vale-a-pena-tem-maior-ibope-em-4-anos-8661> >. Acesso em 22 de jul. 2015.

EMISSORAS concorrentes parabenizam Globo pelo aniversário de 50 anos. **UOL**, 25 abr. 2015. Disponível em: < <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2015/04/25/emissoras-concorrentes-parabenizam-globo-pelo-aniversario-de-50-anos.htm> >. Acesso em 7 de jul. 2015.

GLOBO 50 anos: O futuro é todo dia. **Rede Globo**, 9 mar. 2015, Vem aí. Disponível em: < <http://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/2015/03/globo-50-anos-o-futuro-e-todo-dia.html> >. Acesso em 15 de jul. 2015.

MEMÓRIA Globo, [Rio de Janeiro], [s.d.]. Disponível em: < <http://www.memoriaglobo.com.br> >. Acesso em 21 jun. 2015.

NOVELAS: Álbum 50 Anos de Novelas. **Rede Globo/Panini**, 2015, Disponível em: < <http://www.album50anosdenovelas.com.br> >. Acesso em 15 de jul. 2015.

URIBE, G. Último capítulo de Avenida Brasil leva Dilma a adiar comércio. **O Globo on-line**. 15 out. 2012. Disponível em: <<http://oglobo>.

FIGURINHA REPETIDA NÃO COMPLETA ÁLBUM, MAS RECREIA MEMÓRIA: UMA APROXIMAÇÃO
COM O LIVRO ILUSTRADO “50 ANOS DE NOVELAS” DA TV GLOBO

globo.com/brasil/o-ultimo-capitulo-de-avenida-brasil-leva-dilma-
-adiar-comicio-em-sp-6403250>. Acesso em 5 de jul. 2015.

VAQUER, G. Cheias de Charme fecha reprise com maior Ibope desde O Rei do Gado. **TV História**, 23 mar. 2017. Disponível em: < <http://tvhistoria.com.br/NoticiasTexto.aspx?idNoticia=3344>>. Acesso em 24 mar. 2017.

VEM AÍ: Globo lança Luz, Câmera 50 anos, em janeiro, com projeto inédito. **Rede Globo**, 22 dez. 2014, Vem aí. Disponível em: < <http://glo.bo/1wWt9xt> >. Acesso em 5 de jul. 2015.

XAVIER, N. Relembre Álbuns de Figurinhas de Novelas que fizeram história. **Canal Viva**, Blog do Nilson Xavier, 19 jun. 2015. Disponível em: < <http://canalviva.globo.com/especial-blog/nilson-xavier/post/relembre-albuns-de-figurinhas-de-novelas-que-fizeram-historia.html> >. Acesso em 5 de jul. 2015.